# USER EXPERIENCE

**Nathalia Fernandes** 



# WORKSHOP DE DESIGN THINKING E UX

# **WORKSHOP - ORIENTAÇÕES PRELIMINARES**

- Atividade realizada em conjunto:
   User Experience e Desenvolvimento de Interface Web
- Trabalho em grupo (mínimo 2 pessoas e máximo 5 pessoas) com avaliação individual
- <u>Desenvolvimento</u>: de 5 a 6 semanas
- Entrega final e apresentação: a definir conforme o desempenho e evolução dos grupos

# **WORKSHOP - ORIENTAÇÕES PRELIMINARES**

- Objetivo
   Desenvolvimento e concepção de produto digital do 0 ao protótipo
- Etapas
  - 1. Definição do problema
  - 2. Visão do produto
  - 3. Persona e Jornada do Usuário (User Stories)
  - 4. Produção telas + protótipo
  - 5. Desenvolvimento

# **GRUPOS E TEMAS**

### **GRUPOS**

GRUPOS	COMPONENTES	SITUAÇÃO
GRUPO 1	lan Porto, Silvio de Castilhos, Murilo Noguez, Arthur Ropke, Felipe Ribeiro	<ul> <li>Prática de atividades físicas</li> </ul>
GRUPO 2	Lucas Fernandes, Gustavo Kirst, Wesley Zorzolli, Leandro Lemes (MANHA), Jeferson Brito	<ul> <li>Prática de atividades físicas</li> </ul>
GRUPO 3	Felipe Teles, Tiago Jesus, Luis Freitas, Pedro Nunes	<ul> <li>Cuidar de um animal de estimação</li> </ul>
GRUPO 4	Matheus Correa, Alberto Parker, Luisa Holz	<ul> <li>Cuidar de um animal de estimação</li> </ul>
GRUPO 5	Henrique Laroque, <b>Klaus Zilke</b> , Adriel Martins, Derick Laroque	Gerenciamento de tarefas domésticas
GRUPO 6	Felipe Ferreira, Bruno Beiro, <b>Renata Bueno</b> , Erick Rodrigues, Juan Nunes	Gerenciamento de tarefas domésticas

#### **GRUPOS**

GRUPOS	COMPONENTES	SITUAÇÃO
GRUPO 7	Vitor Veiga, Mateus Fagundes, Arthur Xavier, <b>Matheus Lopes</b>	Rotina de cuidados com a saúde
GRUPO 8	Christiano Ferraz, Anthony Castro, Lucas Devantier, Anthony Pereira, <b>Felipe Almeida</b>	Rotina de cuidados com a saúde
GRUPO 9	Bernardo Carvalho, <b>Bryan Laquimam</b> , Yan Beduhn, Eduarda Prasidio	Como se preparar para uma viagem de lazer
GRUPO 10	Eric Braga, Felipe Maciel, Pedro Hasse, Andressa Martins, João Marcelo	Como se preparar para uma viagem de lazer

Nathalia Fernandes

# WORKSHOP - ETAPA 1 (Parte 1)

Definição do problema

#### Escolham um tema abaixo

- Como se preparar para uma viagem de lazer
- A experiência de ir de casa para a faculdade
- Fazer compras semanais no supermercado
- Gestão do tempo no trabalho
- Planejamento de refeições semanais
- Cuidar de um animal de estimação
- Organização da rotina de estudos
- Gestão de finanças pessoais
- Prática de atividades físicas
- Rotina de cuidados com a saúde
- Busca por um novo emprego
- Gerenciamento de tarefas domésticas

# WORKSHOP - ETAPA 1 (Parte 2)

Definição do problema

#### Escolham 1 componente do grupo para ser entrevistado

- Nome do entrevistado
- Peça exemplos concretos
- Faça perguntas abertas:

"o que voce pensa quando...?"

"Qual o proposito de voce...?"

"Como é que voce...?""

- Anote
- 80% do tempo ouça (se ajuste ao perfil)



# WORKSHOP - ETAPA 1 (Parte 2.1)

Definição do problema

#### **Aprofundamento**

- Há um problema, dificuldade ou algo que poderia ser melhorado?
- Obs:
  - celeridade na escolha do ponto a aprofundar
  - ainda é uma entrevista (isento)
  - gentileza

# WORKSHOP - ETAPA 1 (Parte 3)

Definição do problema

#### **Aprofundamento - Entrevistadores**

Compartilhem os achados e documentem (FigJam)

#### \_ Ações

O que ela esta tentando fazer ou atingir)

#### \_ Sentimentos (ou insights)

Preencham até 3 sentimentos e 3 ações do entrevistado

#### <u>SENTIMENTOS</u> **\rightarrow** do entrevistado:

- Empolgação/Nostalgia
- Ansiedade
- Medo

Ex: Empolgação Frustração

#### AÇÕES 🏃 do entrevistado:

- Intenção de comemorar com a família e homenagear a Avó
- Preparação com antecedência
- Levou remédios, receitas em Português e receitas traduzidas
- contratou 3 tipos de seguro saúde,
- investiu em fundos de dólar com antecedência, pesquisou hospitais.

Ex:

buscando melhorar xxxx tentando superar yyyyyy

# WORKSHOP - ETAPA 1 (Parte 4)

Definição do problema

**Definindo a necessidade** 

<nome> precisa encontrar a forma de <necessidade> porque (para) <razão>

# WORKSHOP - ETAPA 1 (Parte 4)

Definição do problema **Definindo necessidades** 

Vitória precisa encontrar uma forma de controlar a ansiedade para que ela consiga não se preocupar tanto com possíveis emergências médicas e possa curtir mais a viagem.

# **WORKSHOP - ETAPA 1 (Parte 5)**

Definição do problema > pensando soluções **Brainstorming** 

Descrevam ao menos 5 formas (incluindo as radicais) para ir ao encontro da necessidade do pessoa usuária

#### Dicas:

Sem filtros! é proibido proibir! Incentivar ideias loucas Construir em cima de outras ideias Quantidade é importante (100/h) Use post-its com palavras

# WORKSHOP - ETAPA 1 (Parte 5)

Definição do problema > pensando soluções **Brainstorming** 

Capturem feedback do entrevistado

#### Dica:

Comece lendo a definição da necessidade

# **WORKSHOP - ETAPA 2 (Parte 1)**

Visão do produto **Elevator Pitch** 

**Enunciado do Teste do Elevador**: habilidade de explicar o produto para qualquer pessoa em dois minutos, na forma:

Para <cliente-alvo> que <problema> o <nome do produto> é um <categoria do produto> que <benefício-chave, razao de comprar>. Ao contrário <alternativa primária> nosso produto <diferenciação primária>.

# **WORKSHOP - ETAPA 2 (Parte 1)**

Visão do produto **Elevator Pitch** 

CARACTERÍSTICAS DE UM BOM ELEVATOR PITCH:

```
DIRETO, objetivo, assertivo
     direcionado ao foco
clareza
     a quem se dedica o produto
     diferencial, vantagem
     linguagem
     problema
simples
vendedor, cativante
público-alvo ≠ "pessoas"
diferenciação primária ≠ benefício-chave
dá vontade de usar
inovador
```

# **WORKSHOP - ETAPA 2 (Parte 1)**

Visão do produto **Elevator Pitch** 

- Para Viajantes que buscam ficar calmos e tranquilos nas suas viagens e sao pessoas usuárias que possuem transtornos como <u>Ansiedade, síndrome do pânico, Fobias, medos e afins</u>) (<u>CLIENTE-ALVO E PROBLEMA</u>)
- O **Calmin Go (NOME DO PRODUTO)** é um app (**CATEGORIA DO PRODUTO)** que junta um portfólio de hospitais, centros de bem estar e lista exercícios para pesquisa in loco.
- Para que tenham uma melhor qualidade de vida, melhorando suas experiências durante suas viagens deixando-as mais leve e divertidas, tudo isso com uma comunidade abrangente e local. (**BENEFÍCIO-CHAVE, RAZÃO DE COMPRAR**)
- Ao contrário do **Booking** que só sugere hotéis e **Gympass** que apenas conecta com psicólogos. No nosso produto temos tudo otimizado em um só lugar! (ALTERNATIVA PRIMÁRIA)
- Nosso produto conta com uma IA que monta roteiros seguros de viagens com base nas preferências e custos definidos pelo viajante. Além de integrar com diversas outras plataformas e conta com uma rede de apoio e pesquisa de locais seguros no destino do viajante onde ele possa ser amparado em caso de alguma adversidade. (DIFERENCIAÇÃO PRIMÁRIA)

**Nathalia Fernandes** 

# WORKSHOP - ETAPA 2 (Parte 2)

Visão do produto -

Às vezes, começar pelo "não é" fica mais fácil...



# OBRIGADA.

@nathmfernandes

@unisenacpelotas

nmfern and es@sen acrs.com.br